



PENGARUH HARGA DAN SUASANA CAFE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Pada Cafe Layar Gading Kota Sorong)

¹Ema Tawakkal, ²Hermanto Suaib, ³Evi Mufrihah Zein

Universitas Muhammadiyah Sorong, Indonesia

*hermanto@um-sorong.ac.id

Abstrak

Saat ini jumlah produk maupun jasa yang bersaing dipasaran sangat banyak sehingga konsumen memiliki ragam pilihan, khususnya pada bidang jasa. Eksistensi café saat ini di Kota Sorong sangat banyak sehingga café harus memperhatikan harga dan suasana café untuk mempertahankan siklus hidup usaha mereka. Tujuan penelitian ini dilakukn untuk mengetahui apakah harga dan suasana café berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Café Layar Gading Kota Sorong. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini ialah analisis regresi berganda dengan menggunakan uji deskriptif, uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, uji f, uji t dan uji determinasi. Penelitian ini menggunakan 86 responden yang diambil menggunakan teknik *Accidental Sampling*, teknik pengumpulan data dengan membagikan kuesioner kepada 86 responden yang pernah berkunjung di Café Layar Gading dan data yang digunakan ialah data primer dan skunder. Hasil penelitian ini menunjukk analisis regresi berganda dan uji F terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel harga dan suasana café terhadap kepuasan pelanggan Café Layar Gading dan dari dua variabel tersebut variabel yang paling dominan variabel harga. Berdasarkan uji determinasi variabel Harga dan Suasana Cafe secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Sebesar 37.4%.

Kata Kunci: Harga, Suasana Cafe, Kepuasan Pelanggan

Abstract

At present the number of products and services competing in the market is very large so consumers have a variety of choices, especially in the service sector. The current existence of the café in Sorong City is very much so that the café must pay attention to the price and atmosphere of the café to maintain the life cycle of their business. The purpose of this study was to determine whether the price and atmosphere of the cafe affect customer satisfaction Café S Gading City Cafe. The research method used in this study is multiple regression analysis using descriptive tests, validity, reliability, classic assumptions, f test, t test and determination test. This study uses 86 respondents taken using the Accidental Sampling technique, data collection techniques by distributing questionnaires to 86 respondents who have visited the Gading Screen Cafe and the data used are primary and secondary data. The results of this study indicate the multiple regression analysis and F test, there is a significant effect between the variable price and café atmosphere on the customer satisfaction of Café Gading Screen and of the two variables, the most dominant variable is the price variable. Based on the test of the determination of the Price and Atmosphere Cafe simultaneously effect on Customer Satisfaction of 37.4%.

Keywords: Price, Cafe Atmosphere, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Keadaan Pada era kompetisi bisnis di Indonesia saat ini sangat ketat, jumlah produk barang maupun jasa yang bersaing dipasaran sangat banyak sehingga konsumen memiliki ragam pilihan dan alternative, khususnya pada bidang jasa. Menurut Lupiyoadi (dalam Vivianli Liu :2016) perusahaan jasa berfungsi untuk menciptakan pengalaman baru yang

terkesan bagi konsumen. Tujuan pengalaman baru bagi konsumen merupakan suatu tantangan tersendiri bagi perusahaan jasa tersebut. Hal ini yang menjadi tantangan bagi para pembisnis yang akan melakukan bisnis dalam bidang jasa. Selain itu juga perusahaan jasa harus memperhatikan harga dan suasana juga merupakan hal penting untuk

mempertahankan siklus hidup usaha mereka.

Menurut Amirullah (dalam Dionisius A. Nggaur:2018) manajemen pemasaran adalah kegiatan manajemen berdasarkan fungsinya yang pada intinya berusaha untuk mengidentifikasi apa yang sesungguhnya yang dibutuhkan oleh konsumen, dan bagaimana cara pemenuhannya dapat diwujudkan.

Ketatnya persaingan dan semakin meningkatnya ekspektasi konsumen terhadap sebuah produk, khususnya produk jasa sehingga membuat perusahaan harus memiliki cara untuk meningkatkan proporsi nilai.

Dari beberapa Café di atas salah satu café yang menjadi perhatian saya adalah Café Layar Gading yang terletak di jalan Yos Sudarso, Kota Sorong. Café Layar Gading menjadi salah satu tempat makan dan nongkrong masyarakat Kota Sorong maupun Wisatawan Asing yang sedang berlibur di Kota Sorong, Café layar Gading memiliki konsep open area yang terletak di pinggir pantai sehingga sangat cocok untuk pengunjung yang ingin bersantai sambil menikmati suasana di pantai.

Suasana café merupakan salah satu faktor penunjang bisnis café dimana *atmosphere* yang ada dan tercipta membuat konsumen merasa berbeda untuk setiap café yang mereka datangi. Suasana café yang tercipta melalui eksterior, interior, suara musik dan penerangan ruangan yang pada akhirnya dapat membentuk perasaan nyaman yang dapat dirasakan konsumen.

Menurut William J. Stanton terjemahan Y. Yamanto (Dalam Fajar Laksana, 2008:105) Harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. Berdasarkan latar belakang tersebut yang telah diuraikan, maka penulis mengambil judul **"Pengaruh Harga Dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Pelanggan"** dengan studi kasus di Layar Gading Jalan Yos Sudarso, Lido, Kota Sorong, Papua Barat.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (dalam Ignatius A.P. Primadiawan :2018) pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan sekumpulan proses menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyampaikan nilai kepada pelanggan serta mengelola hubungan dengan pelanggan yang kesemuanya dapat memberikan manfaat bagi organisasi.

2. Manajemen Pemasaran

Asosiasi Pemasaran Amerika (Kotler & Keller, 2007:6) Mendefinisikan Pemasaran adalah satu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengomunikasikan dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemilik sahamnya.

3. Harga

Harga merupakan jumlah uang yang diperlukan sebagai penukar berbagai kombinasi produk dan jasa, dengan demikian maka suatu harga haruslah dihubungkan dengan bermacam-macam barang dan/ atau pelayanan, yang akhirnya akan sama dengan sesuatu yaitu produk dan jasa (Fajar Laksana 2008:105).

4. Kepuasan Pelanggan

Kotler & Keller (dalam Dionisius Apecilus Nggaur: 2018) kepuasan pelanggan adalah perasaan pelanggan yang puas dan kecewa yang dihasilkan dari membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) dengan ekspektasi pelanggan. Jika kinerja sejalan dengan ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan puas, sebaliknya bila kinerja tidak sejalan dengan ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan kecewa

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif dimana kumpulan data menggunakan angka. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang pernah berkunjung di Cafe Layar Gading

Kota Sorong sebanyak 110 Orang dan sampelnya yaitu sebanyak 86 sampel. Dengan teknik pengambilan data menggunakan teknik pengumpulan data berupa Kuisisioner, Observasi, Wawancara, Studi Pustaka dan Dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan uji deskriptif, statistik deskriptif, uji instrument, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan uji hipotesis

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan. Berikut ini dipaparkan penjelasan atas jawaban dari hipotesis penelitian yang telah dilakukan.

a. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada variabel harga nilai t_{hitung} sebesar $6,167 > t_{tabel} 1,98896$, dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan harga dominan $(0,503) > suasana\ café\ (0,276)$. Maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis pertama bernilai positif yang menyatakan bahwa "Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Café Layar Gading"

Menurut Lane (dalam Putu Reina Algista Tarigan: 2018) mengatakan harga sebagai sejumlah uang yang ditagih atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Dengan demikian harga memainkan peran penting untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen melalui manfaat yang dirasakan atas barang atau jasa.

a. Pengaruh Analisis Persaingan Usaha Terhadap Keputusan Berinvestasi

Berdasarkan hasil penelitian bahwa pengaruh analisis persaingan

usaha terhadap keputusan berinvestasi sebesar 0,499 dengan standar eror 0,084 dan pengaruhnya signifikan terhadap keputusan berinvestasi dengan nilai t_{hitung} 5,933 lebih besar dibandingkan dengan t_{tabel} 1.66277, namun signifikan aktivitas lebih kecil dari tingkat kesalahan 5%, atau $0,000 < 0,05$ artinya terdapat pengaruh langsung antara analisis persaingan usaha dengan keputusan berinvestasi. Maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Rifatin Cholidia (2017) yang menyatakan bahwa Analisis Persaingan Usaha berpengaruh positif terhadap keputusan berinvestasi.

b. Pengaruh suasana café terhadap kepuasan pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada variabel Suasana Cafe nilai t_{hitung} sebesar $4,805 > t_{tabel} 1,98896$, dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ Maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis ke duabernilai positif yang menyatakan bahwa " Suasana Cafe berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Café Layar Gading "

Menurut Ma'arif (dalam Muhammad arif: 2018) menyatakan "store atmosfer adalah suasana dalam toko yang menciptakan perasaan tertentu dalam diri pelanggan yang ditimbulkan dari penggunaan unsur-unsur desain interior, pengaturan cahaya, tata suara, system pengaturan udara dan pelayanan"

Suasana café menjadi salah satu alasan pelanggan untuk berkunjung ke suatu café. Suasana café yang nyaman dan aman membuat pengunjung akan merasa betah dan memberikan kepuasan tersendiri pada pelanggan.

c. Pengaruh harga dan suasana café secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada variabel Harga dan

Suasana Cafe nilai F_{hitung} sebesar $24,847 > F_{tabel} 3,11$, dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ Maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis ke tiga bernilai positif yang menyatakan bahwa “ Harga dan Suasana Cafe berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Café Layar Gading “.Harga dan suasana café menjadi suatu alasan penting untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen melalui harga yang dapat dijangkau dan suasana yang nyaman.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan skripsi yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan :

1. Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Café Layar Gading. Hal ini dibuktikan dari nilai $t_{hitung} (6,167) > t_{tabel} (1,98896)$ dengan nilai sig $0,000 < 0,05$ maka terdapat nilai signifikan antara harga dan kepuasan pelanggan.
2. Suasana Café berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Café Layar Gading. Hal ini dibuktikan dari nilai $t_{hitung} (4,805) > t_{tabel} (1,98896)$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$ maka terdapat nilai signifikan antara suasana café dan kepuasan pelanggan.
2. Harga dan Suasana Café berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan bahwa pada variabel Harga dan Suasana Cafe nilai F_{hitung} sebesar $24,847 > F_{tabel} 3,11$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

Saran

Pada penelitian ini, peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Saran Praktis

Dari hasil penelitian peneliti ada baiknya pihak Café Layar Gading mempertahankan dan meningkatkan faktor harga dan suasana café yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Café Layar Gading khususnya pada faktor harga.

2. Saran Teoritis

Peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini adapun harga dan suasana café dalam penelitian ini sebesar 37,4% sehingga masih terdapat 62,6% variabel luar yang belum diteliti disarankan penelitian selanjutnya untuk meneliti variabel-variabel luar yang mempengaruhi kepuasan pelanggan selain harga dan suasana café.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Albertus Ferry Rostya.2012. *Analisis pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di waroeng spesial sambal*.Semarang : Skripsi
- Erlangga, H. (2021). Effect Of Digital Marketing And Social Media On Purchase Intention Of Smes Food Products. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(3), 3672-3678.
- Gumbilar,Agam.2010. *Pengaruh Penetapan Harga Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penuaian Pada Perusahaan jasa PT. Armada Safari Suci*.Bandung:Skripsi
- Haque, M. G., Munawaroh, M., Sunarsi, D., & Baharuddin, A. (2021). Competitive Advantage in Cost Leadership and Differentiation of SMEs “Bakoel Zee” Marketing Strategy in BSD. *PINISI Discretion Review*, 4(2), 277-284.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2007).*Manajemen Pemasaran: Jilid 1, Edisi Dua Belas*. Jakarta: PT.Index
- Kristanto, Jessica Ordella.2018.*Pengaruh kualitas layanan , kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Café One Eighteenth Coffee*.Surabaya:Jurnal
- Laksana, Fajar. (2008). *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis: Jilid I, Edisi Pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Liu, Vivianli. 2016. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan,Harga Dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumendi goeboex coffee Yogyakarta*.Yogyakarta: Skripsi.

- Mansyur.2017. *Pengaruh Desain Interior Terhadap Kenyamanan Membaca Pemustaka Dibadan Perpustakaan Dan Arsip Daerah (BPAD) Provinsi Sulawesi Selatan*. Makassar: Skripsi
- Muhammad, Arif. 2018. *Pengaruh store atmosfer, lokasi dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian di Soban Café Medan*. Medan: Skripsi
- Nengsih, Dewi Rohma.2016. *Pengaruh Suasana Toko, kualitas pelayanan dan diservikasi produk terhadap kepuasan konsumen di Granny's Nest Café. Bandar Lampung: skripsi*
- Nggaur, Dionisius Apecilus.2018. *Pengaruh Harga,Suasana Café Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderator Di Café Bjongngopi Yogyakarta*. Yogyakarta: Skripsi.
- Nugroho, Prastyo Eriyanto.2011. *Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pengguna Notebook Acer pada Mahasiswa Unnes Fakultas Ekonomi*. Semarang: Skripsi
- Philip, Kotler. (2001). *Manajemen Pemasaran Di Indonesia: Jilid 2, Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Emban Patria.
- Priyatno Dwi, Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS,Edisi , Penerbit Andi,Yogyakarta, Edisi Pertama,2017.
- Putri, Elisa Desy Rinda.2018. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada Konsumen Wardah Cosmetics Di Indonesia*.Yogyakarta: Skripsi
- Rasyid, N., & Rawi, R. D. P. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Pada Pt. Nestle Indofood Citarasa Indonesia Di Makassar*. *Sentralisasi*, 7(2), 11-27.
- Rawi, R. D. P., & Lewenussa, R. (2019). *Pengaruh Karakteristik Dan Kinerja Generation Young (Gen Y) Terhadap Ekspektasi Peluang Bisnis (Studi Kasus Di PT. Adira Group Kota Sorong)*. *Gorontalo Management Research*, 2(2), 80-89.
- Sukmawati, Rina.2017.*Pengaruh kualitas produk,harga,dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen Garden Café koperasi mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta*. Yogyakarta: Skripsi
- Sumawan, Dendi.2015. *Analisis pengaruh promosi, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan di soto kudu kauman*. Tangerang Selatan : Skripsi
- Tarigan, Putu Reina Algista.2018. *Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen kita-kita tour dan travel*.Medan : Skripsi
- Wangsi, M. M., & Rawi, R. D. P. (2018). *Perlindungan Konsumen Dalam Pelabelan Produk Menurut Ekonomi Islam*. *Sentralisasi*, 7(1), 1-9.
- Wulansari, Esti dan Tri Sudarwanto.2014.*Pengaruh Café Atsmosphere Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pos Shop Coffee Toffee Simpang*. Surabaya: Jurnal.
- Yusuf, Irfan Maulana.2017.*Pengaruh Harga Dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café Cofindo Bandung*. Bandung: Skripsi.